

Poznańskie Studia Polonistyczne
Seria Językoznawcza
t. 20 (40), z. 1

Anna Wasilewska-Stawiak, Kamila Mikołajczyk

Uniwersytet Wrocławski

Blogowanie jako forma komunikacji: performatywność zjawiska szafiarzy

Obserwowane przez nas blogi szafiarskie tworzą tzw. blogosferę, jak również współpracują z aplikacjami typu *social networking*, a więc takimi, których celem jest utworzenie sieci znajomych, wymiana poglądów, zdjęć, nagrań etc. Zjawisko blogów szafiarskich i ich kooperowanie w sieci było często omawiane w różnorodnych publikacjach – również tych internetowych. Dziennikarka Beata Ratuszniak w pracy *Blogerki – trendsetterki* opisała fenomen polskich blogów szafiarskich. We wstępie artykułu Ratuszniak prezentuje swoje bohaterki: „Nie chadzają po wybiegach, a część ubrań w ich szafie nigdy nie widziała markowej metki. Mimo to potrafią ubrać się dobrze, modnie, nieraz zabawnie. Swoje wirtualne szafy otwierają dla wszystkich. Oto szafiarki”¹. Polska społeczność „wielbicielek własnych trendów” zaczęła powstawać w 2007 roku. Jej inicjatorką została użytkowniczka portalu gazeta.pl, dwudziestosiemioletnia Ryfka z Krakowa, często zabierająca głos na forum modowym. Dziewczyna zapragnęła mieć własną stronę, na której mogłaby zamieszczać autorskie projekty, pomysły, fotorelacje z poszukiwań oryginalnych ubrań, dodatków, butów. Na jej blogu, Szafaszywniary.blogspot.com, przeczytać można: „O co tu chodzi? Jak się czasem fajnie ubiorę, to robię zdjęcie i wrzucam na bloga. Ideologia / założenia programowe? Brak. Dlaczego? Trochę z próżności i potrzeby «artystycznego» wyżycia się, ale głównie dla zabawy i doborowego towarzystwa”². Na załączonych zdjęciach Ryfka wygląda jak nastolatka. Do amatorskich sesji pozuje na tle skał, nad rzeką, w drzwiach malowniczego

¹ B. Ratuszniak, *Blogerki – trendsetterki*, www.studente.pl/artykuly/8484/Blogerki-trendsetterki [dostęp: 20.10.2010].

² Wypowiedź pochodzi ze strony internetowej: www.szafaszywniary.blogspot [dostęp: 20.10.2010].

dworku. Za każdym razem ubrana jest bardzo oryginalnie, a dodatkami do jej strojów są kapelusze, przeróżne torebki oraz duże okulary. Na stronie Ryfki znaleźć też można relacje ze spotkań szafiarskich i *Wiadomości z ciuchofrontu* – tj. zapowiedzi szafiarskich imprez (m.in. wymiany ubrań we Wrocławiu, Babiego Targu w Poznaniu). Właścicielka Szafy Sztzywniary w następujący sposób charakteryzuje własną działalność:

Nie mam obsesji bycia „trendy”. Kupuję Elle i regularnie odwiedzam kilka blogów o modzie, ale raczej w poszukiwaniu inspiracji niż po to, żeby wiedzieć, co trzeba nosić, żeby być na czasie. Zawsze powtarzam: Nie pytajcie, co możecie zrobić dla mody, tylko co moda może zrobić dla was [...]. [...] nie ma sensu dostosowywać swojego stylu pod dyktando trendów. Lepiej się nimi inspirować, a w najnowszych kolekcjach szukać po prostu pomysłu na siebie³.

Szafiarki kreujące własną blogosferę nie publikują zbyt wiele informacji o sobie – dla czytelników ich dzienników ważne mają być modowe propozycje dziewczyn, a nie dane personalne, notki o ukończonych studiach czy o wykonywanych zawodach. Modowy blog często staje się przyczynkiem do zawarcia znajomości z inną szafiarką. Goście, wpisujący swe komentarze na stronie, proszą o rady na temat poprawienia wizerunku, zakupu jakiejś garderoby, szukają adresu konkretnego sklepu, salonu mody.

Inna blogerka, opisana przez Beatę Ratuszniak, prowadzi stronę poświęconą tzw. modzie ulicy – podpatruje trendy lansowane w poszczególnych miastach Europy, wprowadza je w swej rodzinnej miejscowości. Dziewczyna sygnuje się nickiem Pyza, a autorski blog nazwała chicandcheap.blox.pl.

Uwielbiam odwiedzać blogi o street fashion i chętnie zaglądam do gazet o modzie, ale najbardziej inspirujące są chyba filmy i stare albumy rodzinne. Czasami można tam podpatrzeć pomysły, które wyprzedzają trendy. Bo przecież moda kręci się w kółko – twierdzi. – Kiedy zakładałam swój blog, pełną parą funkcjonowała chyba tylko szafa Ryfki. Słowo „szafiarka” właściwie nie istniało. Do głowy by mi nie przyszło, że tak się to wszystko rozwinie. Mój blog miał być miejscem, gdzie mogłabym się realizować twórczo, łącząc to, co lubię: modę, fotografię i internet⁴.

Pyza fotografuje pomysły modowe i zamieszcza je na blogu w postaci kolaży. Prezentuje nie tylko ciekawe zestawy ubraniowe, ale i piękne materiały, które można wykorzystać do uszycia oryginalnych spodni, płaszczy, bluzek czy sukienek.

³ B. Ratuszniak, op.cit.

⁴ Wypowiedź pochodzi ze strony: www.chicandcheap.blox.pl [dostęp: 20.10.2010].

Ostatnio w sklepach internetowych oferujących nietuzinkową odzież lub biżuterię, jak również na stronach polskich szafiarek króluje vintage. Dotyczy on garderoby stylizowanej na staroświecką acz „charakterną”, a także dodatków. Szafiarki lansują więc starodawne kapelusze z piórkami, korale, koronkowe rękawiczki czy zwiewne apaszki. Stałej inspiracji dostarczają blogi modowe z Nowego Jorku, Londynu, Mediolanu, Paryża i Berlina. O tym, co aktualnie jest modne w tych światowych metropoliach, informują takie strony jak:

- shop.creaturesofcomfort.us (ceny w dolarach amerykańskich – żakiety, topy, naszyjniki są pogrupowane i ułożone na odpowiednich „półkach”, których zawartość można obejrzeć po kliknięciu);

- penelopepupsvintage.com (zawartość „szafy” ze Stanów Zjednoczonych podzielona została na trzy sektory: sklep, blog i portal Facebook – ciekawostką są zeskanowane fotografie kreacji z dawnych pism modowych);

- peppermintvintage.com (amerykański butik online powstał – jak sugeruje para jego założycieli – z miłości do stylu vintage – trend ten objął nawet gadżety kuchenne i stroje kąpielowe dla pań i panów; za symboliczne pięć dolarów można kupić na przykład okulary przeciwsłoneczne wykonane z kolorowego tworzywa sztucznego lub dekoracyjne motyle – naszywki);

- etsy.com (blog ten prezentuje indywidualnych twórców odzieży – autorzy dziennika zachęcają swych gości nie tylko do fascynowania się stylem vintage, ale i do recyklingu czy do samodzielnej produkcji ciekawych koszulek, wisiorów, kalendarzy – portal ma propozycje modowe między innymi dla przyszłych mam, dla rowerzystów, dla rodziców małych dzieci i dla właścicieli zwierząt).

Artykuł o szafiarkach zamieszczony na stronie studente.pl reklamuje też polskie blogi modowe. Na przykład:

- aevintagestore.com (osoby polujące na „zdobycze” w stylu vintage chwala się swymi zakupami dokonanymi w paryskich lub mediolańskich sklepach z odzieżą używaną – na zdjęciach królują bluzeczki w kwiatuszki i w groszki, ucięte modnie dzinsy, marynarki w kolorach inspirowanych pasiastym umaszczeniem zebry lub cętkowaną sierścią geparda – kolejne wpisy wzbogacane są nagraniami ulubionych piosenek, filmikami z pokazów mody, dostępnymi na stronach multimedialnych);

- aevintagestore.com (sklep A&E Vintage Store ma siedzibę w Gdyni, ale swój asortyment popularyzuje w całym kraju – nowości na internetowych „półkach” pochodzą głównie z działów *spring lookbook*, *vintage luxury*, *minimal 90's*, *french prep*).

Początek roku 2010 to – dla polskich szafiarek – czas „ludowości”. Na swoich stronach internetowych założyciele blogów oraz ich użytkownicy liczą się w podawaniu adresów witryn oferujących wyroby inspirowane sztuką ludową, folklorem, rękodziełem:

– ludowomi.pl (w ofercie portalu mnóstwo dodatków: breloczki dziergane na szydełku czy etui na telefon komórkowy z nadrukiem matrioszki – nie brak także papierowych ozdób do dekoracji domu czy starannie zaprojektowanych e-kartek, które można odpłatnie wysłać pod wskazany adres; jeśli ktoś szuka ręcznie wykonanych kolczyków z satyny czy filcowej broszki w kształcie anioła, to artyści zrzeszeni pod nazwą „Ludowo Mi” na pewno sprostają oczekiwaniom swych potencjalnych klientów);

– pakamera.pl (portal ten reklamuje się nie tylko na szafiarskich blogach, ale i w magazynach kobiecych, dekoratorskich, czy tych traktujących o etnologii, tradycji ludowej, sztuce lokalnej – z oferty wyżej wymienionego internetowego sklepu chętnie korzystają na przykład młode pary szukające ciekawych dodatków do swoich uroczystych strojów ślubnych);

– wylegarnia.pl (zdecydowanie najpopularniejsza strona wśród polskich szafiarek – w ofercie e-sklepu znaleźć można wszystko, co mieści się w kategorii ręcznie wykonane arcydzieła – atrakcją Wylegarni są ciekawie nazwane kategorie towarowe: do ucha, na szyję, na palec, w podróży, decoupage itp.).

Czytając wypowiedzi szafiarek, nietrudno oprzeć się wrażeniu, iż dla nich ubranie to poniekąd „przebranie” – zabawa stylem, efekt wielogodzinnych poszukiwań, okazja, by wreszcie założyć na siebie tę jedyną, niepowtarzalną rzecz:

Poluję w różnych miejscach. W lumpeksach, sieciówkach, na Allegro czy w sklepach internetowych. Gdzie można się lepiej ubrać? Zależy co kto lubi. W ciucholandach na pewno można znaleźć ubrania unikatowe, ale to czasem szukanie igły w stogu siana – przyznaje Ryfka. – Z kolei w sieciówkach mamy wszystko na tacy, ale ubieranie się od stóp do głów w rzeczy z „normalnych” sklepów to dla mnie trochę pójście na łatwiznę. Może to zabrzmie dziwnie, ale źle się czuję, jeśli nie mam na sobie choć jednej rzeczy z lumpeksu. Lubię łączyć zdobycze z różnych źródeł⁵.

Nie tylko płeć żeńska uzurpuje sobie prawo do ustalania innowacyjnych trendów. Radeg, pochodzący z Torunia, od ponad roku prowadzi blog oldschoolowaszafa.blogspot.com. Już jako student zaczął zajmować się kreowaniem wizerunku własnego i swoich znajomych, gdyż – jak sam zaznacza – nie chce, by męski styl ograniczony był tylko do wariacji ubraniowych z T-shirtem i parą džinsów w rolach głównych. Dwudziestoparoletni wielbiciel tzw. stylu oldschoolowego fotografuje się (oczywiście w interesujących zestawach ubraniowych) podczas wernisaży i wystaw, w których aktywnie uczestniczy, czy też w takich miejscach w Toruniu, które – jego zdaniem – są atrakcyjne

⁵ B. Ratuszniak, op.cit.

turystycznie i modowo. Radeg poleca: stroje wygodne do jazdy na rowerze, doradza panom, w jakiej torebce (saszetce) nosić rzeczy, które nieustannie wypychają kieszenie męskich spodni, w których sklepach szukać oryginalnych plakietek do wpinania w poły marynarek, jak stylowo wyglądać, gdy jeździ się na deskorolce, jak się twarzowo czesać, bądź jakie spinki wybrać do danej koszuli. Poradnictwo modowe jest częścią blogosfery. Można w niej nie tylko szukać inspiracji do wzbogacenia własnego wizerunku, ale również zadać pytanie szafiarzom lub podzielić się swoimi przemyśleniami z innymi użytkownikami blogów. Szafiarki zaprezentowane w artykule Ratuszniak same wyliczają pozytywne aspekty swych modowych pasji – cieszą się, że ich grono systematycznie się powiększa:

Im nas więcej, tym więcej inspiracji i zabawy – mówi Pyza. – Uważam, że to wspierały trend i cieszę się, że przybrał takie rozmiary. Dzięki niemu dziewczyny się rozwijają, nabierają pewności siebie, poznają nie tylko modę, ale też możliwości, jakie daje internet, programy do obróbki zdjęć, podstawowe zasady edycji stron internetowych czy fotografowania⁶.

W tworzeniu szafiarskich blogów pomagają serwisy internetowe. Do najbardziej znanych, powstałych za granicą, należą: Wardrobe_Remix działający na Flickr.com lub Modepass.com. Pierwszy z serwisów zamieszcza odsyłacze do stron indywidualnych szafiarek. Można wśród nich znaleźć propozycje modowe od zdeklarowanej pani domu (ciekawe zestawy do pracy w ogrodzie oraz kolorowe ubranka dla nastolatków), jak i od przedsiębiorczych singielek, śmiało sięgających po światowe trendy. Z kolei Modepass.com zbiera nurty modowe z różnych stron świata – obecnie propagowane są szafiarki ze Stanów Zjednoczonych (najwięcej wpisów zawiera rubryka zatytułowana *Vintage – Must have*), z Ukrainy (głos zabierają liczni ukraińscy „fashioniści”), z Francji (uwagę użytkowników blogów przykuwają nie tylko lansowane ubrania, ale i artystyczne zdjęcia, mające je godnie wypromować), ze Szwecji (szwedzkie szafiarki chętnie radzą, jak samodzielnie uszyć, przerobić wybraną część garderoby) i z Islandii (do proponowanych kompletów odzieżowych dobrana została „należyta” fryzura, „pasująca” charakterystyka). W Polsce zaś uznanie szafiarek zdobyły portale: Stylio.pl, Stylistka.pl, Mojeciuchy.pl, Szafiarnia.pl, Szafa.pl. Natomiast spis wszystkich blogów szafiarek znaleźć można pod adresem polskie-szafy.blogspot.com.

Aby zjawisko komunikowania się za pomocą blogów szafiarskich określić mianem zdarzenia performatywnego, należy najpierw doprecyzować pojęcie

⁶ Ibidem.

nowych mediów oraz hasło „performance”. O istnieniu nowych mediów – na podstawie analizy innowacyjnych technik cyfrowych – pisało i stale pisze wielu współczesnych badaczy zajmujących się przedmiotami ścisłymi, jak również dziedzinami humanistycznymi. Autorzy *Nowych mediów* następująco wyjaśniają tytuł swojego dzieła:

Używając terminu „nowe media”, jedni mogą mieć na myśli określoną rzecz (na przykład Internet), inni natomiast mogą myśleć o czymś zupełnie innym (telewizji cyfrowej, nowych sposobach wizualizacji ciała, środowisku wirtualnym, grze komputerowej czy blogu)⁷.

Termin jest bowiem powszechnie używany w odniesieniu do całego szeregu różnych zjawisk. Określenie to odnosi się więc do:

- nowych doświadczeń tekstualnych – w wypadku blogów szafiarskich stanowić je mogą wszelkie opisy tych portali, autoprezentacje blogerów, charakter rozmów na forach, nicki użytkowników itd. Nowe media tyczą się również: nowych form gatunkowych (blog szafiarski, a więc dziennik sieciowy wyspecjalizowany w konkretnej dziedzinie jest, bez wątpienia, nowym gatunkiem internetowym);

- nowych sposobów reprezentacji świata (immersyjne środowiska wirtualne dążą do ustalenia pryzmatu, przez jaki będą weryfikować otaczającą je rzeczywistość);

- nowych relacji pomiędzy podmiotami, a także technologiami medialnymi – związane jest z tym zagadnienie nowych sposobów użytkowania i odbioru obrazu (treści zamieszczanych w sieci, istotnych dla szafiarzy);

- nowych doświadczeń relacji między cielesnością, tożsamością i społecznością (jak zaznaczają autorzy *Nowych mediów*, inaczej odbieramy siebie „zestawionego z realiami sieciowymi” (np. szafiarsz modny w swoim lokalnym środowisku może być zupełnie „nie na czasie”, gdy porówna własne stroje z tymi aktualnie noszonymi przez mieszkańców USA, Japonii itp.), inaczej także interpretujemy miejsce, w którym przebywamy – dlatego wielu szafiarzy promuje swe rodzinne miasta i miasteczka, fotografując je w nietypowy sposób – np. sesje modowe odbywają się na tle starych budynków mieszkalnych, fabryk lub na łonie natury);

- nowych koncepcji ciała biologicznego (szafiarsze swoją pasją modową częstokroć „zarażają” najróżniejszych odbiorców – gości blogów – wówczas przestaje się liczyć wygląd osoby kupującej, naśladującej dany styl szafiarsza,

⁷ M. Lister, J. Dovey, S. Giddings, I. Grant, K. Kelly, *Nowe media. Wprowadzenie*, przeł. M. Lorek, A. Sadza, K. Sawicka, Kraków 2009, s. 19.

ważne jest to, jak człowiek ten poczuł się w konkretnej koszuli czy w wybranym przez siebie trenczu);

– mediów technologicznych oraz wzorców organizacji i produkcji (blogi szafiarskie korzystają z najnowocześniejszych technik cyfrowych – do przewidzenia jest więc, że niektórzy ich autorzy za parę lat wprowadzą możliwość oglądania zdjęć wykonanych w technice 3D, a wirtualne sprawdzenie, „jakby się wyglądało w określonym swetrze lub płaszczu”, stanie się możliwe dzięki nowoczesnym programom komputerowym. Na blogach szafiarskich – jak prorokują Martin, Dovey, Giddings, Grant i Kelly – zaczną pojawiać się nie anonimowe wpisy, lecz całe nasze awatary, gotowe do e-przebieranek). Dziś już nie wystarcza sieć *peer-to-peer*, tj. łatwa i szybka wymiana plików medialnych. Dziś internet oferuje nam „spacer po innym wymiarze”. Dlaczego blogi szafiarskie miałyby nie korzystać z takiej możliwości współbudowania cyberprzestrzeni? Zwłaszcza że już od dawna przestała być ona nazywana „dziurą w życiu codziennym” (określenie to często pojawia się w *Nowych mediach* – jest ono zapożyczone z wypowiedzi Daniela Chandlera, który w latach dziewięćdziesiątych XX wieku nazwał tak dziecięcą kulturę komunikowania cyfrowego). Cyberprzestrzeń blogów szafiarskich ma bowiem charakter otwarty – każdy użytkownik internetu może odwiedzić wybrany przez siebie „web-pamiętnik” (do przejrzania niektórych potrzebne jest, uprzednio założone, własne konto), każdy też – bez większych restrykcji ze strony administratorów sieci – może prowadzić własny poradnik modowy. Każdy może zostać szafiarem!

Co ciekawe – blog jako forma medialna wyparł nawet strony domowe, które do niedawna cieszyły się dużą popularnością wśród różnorodnych hobbystów, pisarzy pamiętników, fotografów oraz trendsetterów:

W ostatnich latach osobista strona domowa utraciła pozycję głównego internetowego środka wyrażania siebie na rzecz profesjonalnych i nieprofesjonalnych blogów. Główna różnica polega na tym, że w przypadku bloga nie jest konieczna znajomość języka HTML, edytorów ani FTP: chronologiczny układ narzuca określoną strukturę, treść i sposób zaprezentowania swoich wpisów (mniej lub bardziej regularne uaktualnianie swoich myśli, obserwacji, komentarzy i odnośników do innych blogów lub interesujących stron), a dostępne oprogramowanie umożliwia innym blogerom komentowanie zamieszczonych treści i kopiowanie odnośników do nich. Dzięki temu blog ułatwia i podtrzymuje komunikowanie w znacznie większym zakresie niż strona domowa [...]. O ile strony domowe były miejscami prezentacji siebie i konstruowania tożsamości poprzez „bricolage” zainteresowań, obrazów i odnośników, o tyle osobiste blogi i profile na portalach społecznościowych można uznać za sposób ciągłego odgrywania (performance) tożsamości, zarówno indywidualnie, jak i zbiorowo, za pomocą składających się

na Web 2.0 technik multimedialnych oraz metod zarządzania treścią, budowania sieci i nieustannego komunikowania⁸.

To właśnie owo „odgrywanie tożsamości” uznaję za akt performatywny, odbywający się na stronach blogów szafiarskich.

Nie jest to zjawisko nowe – jego obecność sygnalizowało wielu wybitnych obserwatorów społeczności sieciowych. Performatywność platform internetowych, poniekąd, omawiał francuski filozof współczesnej kultury wirtualnej, wykładowca na wydziale hipermediów w Université Paris VIII, Pierre Levy. Jego wykład, zatytułowany *Drugi potop. Ogólnie o wirtualności*, wydany został w *Nowych mediach w komunikacji społecznej w XX wieku* (projekt tej ciekawej antologii powstał dzięki profesor nauk humanistycznych pracującej w Instytucie Badań Literackich PAN – Maryli Hopfinger)⁹. Levy opowiada o uniwersalizacji cyberkultury, która to uniwersalizacja upowszechnia współobecność, jak również interakcje wszelkich punktów przestrzeni fizycznej, społecznej albo informacyjnej. Dla przykładu: informacja zamieszczona w internecie, dotycząca na przykład zbiorów zdjęć modowych któregoś z szafiarzy ma swoje określone miejsce na blogu tegoż pomysłodawcy trendów. Jednocześnie informację tę można przywołać w każdym z wirtualnych miejsc w sieci, w którym akurat się znajdujemy. Goście zalogowani na kilku blogach wklejają linki z jednego portalu do drugiego, internetowi użytkownicy kopiują interesujące ich wiadomości, a osoby nadzorujące zawartość sieci przepuszczają ją przez różne filtry. Deterytorializacja treści sieciowej naznaczona jest wszakże performatywnością. Żeby w pełni wytłumaczyć takie „naznaczenie”, należy poznać etymologię pojęcia „performance”.

Słowo „performance” pochodzi z języka angielskiego i oznacza przedstawienie, wykonanie. Utarło się przekonanie, iż jest to sytuacja artystyczna, potrzebująca do swego zaistnienia fizycznej obecności performerora. Tymczasem, jak widać choćby na przykładzie blogów szafiarskich, akty performatywne zachodzą bez bezpośredniego kontaktu między performerami (blogerami) a ich odbiorcami (osobami „goszczonymi” przez szafiarzy). Performator czyni wskazane przez siebie rzeczy, sytuacje, konteksty performatywnymi przez to, jak działa na nie w swoim otoczeniu, dzięki własnym, określonym środkom artystycznym. Na przykład szafiarki ubierają się w skomponowane przez siebie zestawy ubraniowe – samo przebieranie, ubieranie, nakładanie rzeczy bywa uwieczniane na zdjęciach oraz krótkich filmikach, załączanych na blogach, jednakże dopiero świadomy i w pełni zaplanowany performance

⁸ Ibidem, s. 398–399.

⁹ *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002.

stanowi zdjęcie czy nagranie z takiej sesji. Ukazani na blogu modele eksponują swój pomysł na własną kreację, własny trend. Akt performatywny zachodzi zaś wtedy, gdy trendy te są oglądane, komentowane i być może powielane przez użytkowników blogów – przez gości poszukujących na blogach inspiracji modowych, a częstokroć i przez stałych wielbicieli wybranych blogów, wybranych szafiarki.

Na stronie internetowej Witryny czasopism przeczytać można:

Performance uważany jest za sztukę żywą rozumianą dwojako: z jednej strony jako osobisty, personalny pokaz artysty przed publicznością i bezpośredni z nią kontakt, z drugiej – jako sprzeciw wobec tego, co skonwencjonalizowane. [...] Performance dąży do zaskoczenia i poruszenia publiczności. Bywa przez to przedstawieniem wysoce kontrowersyjnym, a często kontrowersyjność owa jest wręcz pożądana¹⁰.

Performatywne są więc wszelkie kontrowersje związane z funkcjonowaniem blogów szafiarskich. Na przykład fakt, iż redagują je najczęściej amatorzy, niezrzeszeni w żadnych grupach projektantów, stylistów czy kreatorów mody. Pasjonaci szafiarstwa oraz kolekcjonerzy oryginalnych ubrań tworzą swe pamiętniki w sieci po to, by pokazać światu, jak można ciekawie się ubrać albo gdzie szukać nietuzinkowej garderoby. Dzielenie się własną pomysłowością czy wyczuciem modowym ma charakter społecznościowo-autoprezentacyjny. Blogi szafiarskie tworzą sieć kontaktów ludzi mających takie samo hobby. Ludzie ci dostają szansę na budowanie swych wirtualnych wizerunków, na wymianę opinii, myśli, wniosków na temat mody. I nie tylko. Szafiarki podkreślają, że dzięki swoim blogom komunikują się z wieloma różnymi użytkownikami sieci. Najprawdopodobniej, gdyby nie internetowa droga porozumienia, wiele relacji nie zostałoby nigdy nawiązanych. A ile inspiracji modowych nie zostałoby nigdy zaczerpniętych? Performance sprawia, że szafiarki chcą kreować własną rzeczywistość modową – są naśladowane, obserwowane, zagadywane przez inne fanki szafiarstwa. Oddziałują tym samym na wirtualną przestrzeń wokół siebie.

Performance wyżej zarysowanego zjawiska ma wpływ także na warstwę leksykalną blogów szafiarskich. Elementy wypowiedzi autorów portali, wyspecjalizowane słownictwo dotyczące nazywania i opisywania kolejnych części prezentowanej garderoby, skróty oraz nazwy własne pojawiające się na stronach „web-dzienników” o modzie – wszystko to tworzy specyficzną cyberprzestrzeń. Jej performatywność, czyli merytoryczną nieprzeciętność

¹⁰ B. Ratuszniak, op.cit.

(a czasem i kontrowersyjność) podkreślają i przykłady innowacji leksykalnych, i nowatorski sposób komunikowania się szafiarzy ze światem sieciowym. Językiem porozumienia jest moda, natomiast kodyfikacją wypowiedzi zajmują się sami blogerzy, jak również ich liczni goście. Można więc postawić pytanie, czy to ubrany człowiek jest ważny dla szafiarzy, czy też ważniejsze dla nich są kreacje, które ten człowiek wybiera, wzbogaca, kompiluje? Garderoba pokazywana na stronach omawianych blogów szokuje czasem swą oryginalnością, czasem też zaskakuje prostotą form, doborem kolorów. Blogerzy, przez ubranie, chcą wyróżniać się z tłumu, ale celem prowadzonych przez nich dzienników stają się relacje: ja – moda, ja – inni szafiarze, ja – pasjonaci mody szukający inspiracji na blogach szafiarskich. W tych relacjach dopatrujemy się performansu – zdarzenia świadomego i w swej istocie dość złożonego. Ciało performerki – w przypadku blogów szafiarskich – staje się miejscem do ekspozycji strojów. Jest bardzo istotne, bo buduje wiarygodność eksponowanych na blogach propozycji modowych. Nadaje komunikat: „Tak wyglądam w tym ubraniu”, „Tak wyglądam w nich moi znajomi, ludzie służący za modele podczas szafiarskich sesji”.

Niekiedy prezentowane zestawienia garderoby szokują swą nietuzinkowością. Ciała modeli są wówczas ich „umotywowaniem” w świecie. Performatywne jest również oddziaływanie emocjonalne na użytkowników blogów szafiarskich. O tym, jak intensywnie publikowane zdjęcia wpływają na odbiorców, świadczą często komentarze zamieszczane pod prezentowanymi obrazkami. Emotikony i wykrzyknienia, zapytania, zachwyty, cytaty i rysunki pojawiają się wtedy, gdy goście czytający „web-dzienniki” chcą podzielić się swoimi wrażeniami po wizycie na danym blogu. Oto niektóre z wybranych wpisów¹¹: Candy Pee na blogu Fashionatki skomentowała zdjęcia blogerki (pozuającej na własnej działce) ubranej w ciemną marynarkę, dżinsy i skórzane sandały na obcasach: „Lubie takie zestawy. A buty rewelacyjne upolowałam. U mnie też jest w miarę-nie pada, ciepło tylko najważniejszego brak-słonka”¹²; playwith-fashion na blogu Ewe oceniła zdjęcia blogerki (pozuającej na tle drzwi garażowych) ubranej w płócienną tenisówkę, dżinsy rurki i w szary T-shirt z nadrukiem słuchawek: „Fajnie, na luzie! Koszulka jest mega:”¹³; Angela na blogu Natalii wyraziła uznanie dla zdjęcia blogerki (pozuającej na balkonie) ubranej w szarą tunikę, ozdobioną skórzanym szerokim paskiem i jasną skórzaną torebką na ramię: „Sukienka, pasek torebka <33”¹⁴; ana1131 na blogu Johanny następująco wypowiedziała się o sesji blogerki (różnorodne fotografie ubrań

¹¹ We wszystkich cytowanych komentarzach zachowujemy oryginalną pisownię.

¹² Wpis na stronie internetowej: darkmoon.pinger.pl [dostęp: 20.10.2010].

¹³ Wpis na stronie internetowej: dramofglam.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

¹⁴ Wpis na stronie internetowej: aneteli.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

prezentowanych na wieszakach i na modelkach): „Zakochałam się w tym staniu w kwiaty!”¹⁵; Talia na blogu Grandy skomentowała stylizacyjne starania blogerki (pozującej przy klombie niezapominajek) ubranej w spodnie dzwony, niebieski top, barwną chustkę zawiązaną na głowie: „cudowna chusta i sceneria ;) Wiele projektantów prezentuje teraz chusty jako ozdoba włosów, więc trafiłaś w 10 ;)”¹⁶; baglady na blogu facetwszafie.blogspot.com pochwaliła zdjęcia blogera (pozującego przy oknie) ubranego w ciemny T-shirt i prezentującego ogoloną na tyso głowę: „powiem ci, że naprawdę fajnie wyglądasz! [...] i ogromny plus ode mnie za «fryzurę»:) już nie mogę patrzeć na emo grzywki i inne dziwadła na męskich głowach”¹⁷. Wpisy użytkowników blogów szafiarskich można pogrupować następująco:

- dzielenie się własnymi uczuciami na temat komentowanego stroju oraz na temat stanu ducha, aktualnej pogody, planów na przyszłość itp.;
- skrótowce typu: *mega, spoko, luz, w porzo, oks*;
- emotikony: <3 (serce), xD (uśmiech), B-) (uśmiech okularnika), :P (pokazanie języka);
- opinie o aktualnych trendach modowych – o nowych pomysłach projektantów;
- wykrzyknienia, oznaczające entuzjastyczne przyjęcie propozycji modowych;
- pytania o to, gdzie można kupić, zdobyć konkretny element garderoby;
- porównania do własnych zbiorów (*też mam taką apaszkę, kupiłam w..., kosztowała ... zł*);
- zachęta do dalszego działania, do dalszego prowadzenia blogu, do wklejania większej liczby zdjęć itp.

Pojawia się więc pytanie, czy taka forma komunikacji blogerów ze swoimi czytelnikami wypełnia podstawowe hasło performansu? Hasło to już w latach trzydziestych XX wieku brzmiało: bezpośrednio ujawnij swoje wnętrze. Pokaż, co myślisz i czujesz, bez zahamowań, bez stosowania utartych form i schematów porozumiewania się. Czy anonimowe wpisy pod retuszowanymi zdjęciami ubrań stanowią już działanie performatywne, czy są dopiero zapowiedzią nowej – interaktywnej rzeczywistości modowej? Ta wykreowana w sieci internetowej rzeczywistość – w całym swym bogactwie doznań i relacji międzyludzkich – byłaby wówczas przestrzenią do działań performatywnych. Jej poszczególne elementy, pozbawione otoczenia „blogowego”, nie trafiłyby do tak wielu odbiorców, nie miałyby swej siły oddziaływania na ludzkie gusta, upodobania modowe.

¹⁵ Wpis na stronie internetowej: bloo90fashion.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

¹⁶ Wpis na stronie internetowej: grandaja.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

¹⁷ Wpis na stronie internetowej: facetwszafie.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

Najistotniejsze w omawianym przez nas performansie blogów szafiarskich są dwa filary całego przedsięwzięcia. Pierwszy to moda i jej społeczne postrzeganie. Kombinacje stylowe, których pomysłodawcami są blogerzy, mogą wyznaczać nowy kierunek w sztuce użytkowej – „net art”, który polega na czerpaniu inspiracji z reguł funkcjonowania różnorodnych portali społecznościowych, dzienników tematycznych, stron WWW, zrzeszających sympatyków wybranej dziedziny życia. Drugi filar to autor bloga szafiarskiego, osoba inicjująca działalność strony – internetowego pamiętnika. Performatora tak opisuje w „Didaskaliach” Łukasz Guzek:

Przekaz płynący ze sztuki performance to wiara w sztukę, w moc sztuki i w szczególnie rolę artysty, który jest strażnikiem jej wartości (wartości sztuki samej w sobie, a nie tylko konkretnego jej nurtu) oraz pełni funkcję wobec społeczeństwa – jako jego krytyk i sumienie, strażnik wolności i moralności. Artysta w sztuce urynkowionej zawsze jest podejrzany, że mówi i robi coś dla reklamy swojego produktu – przez co wiarygodność społeczna sztuki staje się niska¹⁸.

Za Johnem L. Austinem (wykłady z lat pięćdziesiątych XX wieku dotyczące filozofii języka) przytaczamy trzy reguły performansu: doświadczenie intensywności, zasada odstępstwa (niespodzianki) oraz zasada wyrazistości¹⁹. Intensywność polegałaby na wspomnianym już kontakcie blogera z fanem szafiarnictwa. Jest to kontakt niebezpośredni, umożliwiony dzięki nowoczesnym technikom informatycznym. O jego mocy niech zaświadczą kolejne, wybrane przeze mnie przykłady. Na swoim blogu szafiarskim Patrycja Antonina w parku obok domu prezentuje zdjęcia stroju, który wybrała na egzamin maturalny. W opisie sesji zastanawia się, czy szerokie spodnie – alladyny – pasują do eleganckiej marynarki. Jej wątpliwości rozwiewają z pewnością komentarze gości, umieszczane pod sesją. Anhelli pisze: „Jesteś dla mnie zjawiskiem :P Kiedy tak patrzę na te twoje szerokie, kolorowe spodnie i śliczne, takie delikatne czółenka, niczym ciżemki, stale pojawia się przed moimi oczami obraz z dzieciństwa... Fantaghiro. Kojarzysz? Jesteś tak samo barwną, pełną życia postacią jak ona :) A park jest śliczny! Pozdrawiam ciepło :)”²⁰. Alicja w kramie handmade na swym blogu zamieszcza fotorelację z odwiedzin u babci na wsi. Blogerka, odpowiednio wystylizowana, pozuje na tle drewnianego płotu, przy ogrodowej altanie. Jej pomysł na strój oraz na sesję komentuje między innymi Mała Mi: „Sukienka i kardigan śliczne. Ja niestety nie mam tyle szczęścia i nie posiadam babci mieszkającej w drewnianym domku, dla-

¹⁸ Ł. Guzek, *Przez performance do sztuki*, „Didaskalia” 2005, nr 69, s. 10.

¹⁹ E. Fischer-Lichte, *Estetyka performatywności*, Kraków 2008, s. 13–17.

²⁰ Wpis na stronie internetowej: feetonhorizon.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

tę tym bardziej zazdroszczę. :P Na bloga już zaglądam od dłuższego czasu i z przyjemnością obserwuję jak się rozwija. :) Chciałam też zaprosić do siebie, ponieważ dopiero zaczynam i każda opinia i rada są dla mnie bardzo ważne. Pozdrawiam serdecznie i do następnego razu. :)”²¹. Od przytoczonych pochwał, od pozytywnych komentarzy zdarzają się też odstępstwa, czyli kolejne przejawy performansu. Na swym blogu Łucja zamieściła zdjęcie kolczyków własnego wyrobu – zmontowanych z kapsli od butelek po piwie. Nie wszystkim jej gościom pomysł się spodobał: „kapsli w życiu bym nie założyła”²² (madzikzet). Retro strój Karoliny skomentowany został przez biotechnolog: „Sukienka w połączeniu z botkami wygląda dobrze, ale zdecydowanie wolę wersję bez kurtki”²³. Blogerka Blue Note sama szyje barwne sukienki i zamieszcza zdjęcia swych wyrobów na stronie ridewiththemoon.blogspot.com. Jednak nie wszyscy goście portalu zachwycili się oryginalnymi projektami – o sukience zdobionej wizerunkami kolorowych papug riennahera napisała: „Jak dla mnie prosi się o stylizację indie zamiast niby retro”²⁴. Blogerka Candice mieszka i studiuje w Hiszpanii, ale na jej szafiarski blog zaglądają głównie goście z Polski – oceniają nie tylko stroje prezentowane przez autorkę wpisów, ale też figurę, uśmiech i fryzurę blogerki: Mg pisze „Každy ma swój styl, swoje upodobania. ale brzydko ci w tych włosach. Ładniej wyglądałaś w poprzednich :) Pozdrawiam :) Jak rozpuszczone są to jeszcze jest okey ale te związane to już nie za dobrze”²⁵.

Mnogość wpisów dostarcza blogerkom wielu informacji zwrotnych:

- o tym, że są czytane;
- o tym, że ich pomysły cieszą się zainteresowaniem oraz uznaniem innych szafiarek;
- o tym, jakie inne inspiracje modowe warte są naśladowania;
- o tym, jak samodzielnie wykonać dodatki ubraniowe lub gdzie można znaleźć ładne, niedrogie, oryginalne rzeczy;
- o wszelkich imprezach modowych organizowanych w kraju i na świecie;
- o istnieniu innych blogów szafiarskich i o tym, co nowego na nich się dzieje.

Jeśli, czerpiąc z tak nośnego źródła informacji, blogerki spełnią trzeci wyznacznik performansu, prowadzone przez nie „web-dzienniki” mają szansę na popularność w sieci. Trzecim bowiem wspomnianym przez Austina wyznacznikiem jest wyrazistość. Komentarze zamieszczane na blogach, opisy zdjęć czy

²¹ Wpis na stronie internetowej: czarnakura.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

²² Wpis na stronie internetowej: luciaspatterns.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

²³ Wpis na stronie internetowej: carolinadelarmario.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

²⁴ Wpis na stronie internetowej: [/ridewiththemoon.blogspot.com](http://ridewiththemoon.blogspot.com) [dostęp: 20.10.2010].

²⁵ Wpis na stronie internetowej: candice88.blogspot.com [dostęp: 20.10.2010].

sam wygląd portalu – wszystko to powinno jednoznacznie świadczyć o modym zainteresowaniu blogerki, jak również o charakterze informacyjno-artystyczno-społecznościowym blogu szafiarskiego.

Anna Wasilewska-Stawiak, Kamila Mikołajczyk

Blogs as a form of communication: the performativity of fashion bloggers

This article is dedicated to fashion blogging and its existence in the blogosphere. The authors present the history of fashion blogging in Poland, focusing on the performativity of fashion blogs expressed in the way in which the authors of web logs communicate with their readers, fans and in creating new fashion trends as part of street fashion.

KEY WORDS: blog, performativity, fashion blogger.

mgr Anna Wasilewska-Stawiak – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Wydział Filologiczny Uniwersytetu Wrocławskiego, zainteresowania badawcze: medioznawstwo, reklama.

mgr Kamila Mikołajczyk – Instytut Kulturoznawstwa, Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych Uniwersytetu Wrocławskiego, zainteresowania badawcze: performatywność środowisk blogowych.